CANADEXPORT

Volume 24 > Numéro 4

DANS CE NUMÉRO > S'OUVRIR À L'AFRIQUE DU NORD >

Le marché agroalimentaire turc, une corne d'abondance

Ces dernières années, la Turquie s'est transformée en économie moderne et dynamique. Les réformes entreprises dans les années 1970 et renforcées après 1999 ont alimenté la transition de l'économie rurale turque vers une économie industrielle moderne. La Turquie se classe aujourd'hui au 21e rang dans le monde pour l'importance de son économie, et son PIB s'établit à environ 345 milliards de dollars.

Graines à vendre au Grand bazar d'Istanbul, le plus grand marché couvert de Turquie

Elle négocie actuellement en vue de son adhésion à l'Union européenne, et ses perspectives d'avenir sont plus prometteuses que jamais. Comme son PIB croît plus rapidement que sa population, son PIB par habitant devrait atteindre 6 300 $ en 2009, niveau permettant aux consommateurs d'acheter des aliments d'une plus grande valeur et d'une meilleure qualité.

Les tendances démographiques sont aussi favorables. La Turquie compte environ 73 millions d'habitants, et sa population croît de 1,48 % par année. La moitié de la population du pays a moins de 25 ans, et 18 % entre 15 et 24 ans. La population urbaine, estimée à 34,3 millions en 1990, devrait atteindre les 57,9 millions en 2005, soit 79,5 % de la population totale.

Essor de l'agroalimentaire

Le marché agroalimentaire de la Turquie est étendu. En 2004, ses importations se sont chiffrées à 5,4 milliards de dollars, et ses exportations, à 3,9 milliards de dollars. La Turquie exporte

voir page 3 - Une corne d'abondance

L'Arizona propice aux entreprises canadiennes

Lors de sa récente visite en Arizona, le conseiller national du Canada en matière de sciences, Arthur Carty, a déclaré que le Canada était prêt à faire des affaires dans « l'Etat du Grand Canyon ». Au cours de son premier voyage à Tucson, il voulait essentiellement déterminer la possibilité d'une collaboration en recherche et en commercialisation de l'innovation entre les centres de recherche du Canada et l'Université de l'Arizona, chef de file de la recherche de l'Etat.

Cette visite fournissait aussi une excellente occasion de promouvoir le Canada comme l'un des principaux pays créateurs du savoir, de faire valoir sa capacité de recherche et de mettre à profit le partenariat de recherche en optique et en optoélectronique conclu il y a six ans entre l'Université Carleton d'Ottawa et l'Université de l'Arizona.

L'Université de l'Arizona joue un rôle prépondérant à l'échelle mondiale dans la recherche en optique, en astronomie et en sciences lunaires et planétaires et figure parmi les principaux centres de recherche aux États-Unis en sciences biomédicales et en biotechnologie, en systèmes

voir page 5 - Arizona

Commerce international Canada | International Trade Canada

Canada

2007-01899/

Pêche aux débouchés à Conxemar 2006

Vigo, Espagne, du 3 au 5 octobre 2006 > Ne ratez pas le grand salon international **Conxemar 2006** portant sur les fruits de mer surgelés. L'an dernier, l'activité a été un vif succès : 33 000 visiteurs de 70 pays s'y sont présentés.

En tout, 12 entreprises canadiennes ont pris part à Conxemar 2005. Comme ce fut le cas les années précédentes, les entreprises de la côte Est du Canada étaient fortement représentées et ont exposé des produits de grande qualité comme le homard, le crabe des neiges et les pétoncles. D'année en année, un nombre croissant d'entreprises de la côte Ouest du Canada y présentent des produits recherchés comme le saumon sauvage canadien, ainsi que des produits moins connus comme le flétan du Pacifique, la pieuvre, le thon blanc, la morue charbonnière et la crevette nordique.

Les exposants de l'an dernier sont satisfaits des résultats obtenus, et la majorité d'entre eux ont dit vouloir participer au prochain salon. En outre, les gouvernements du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve-et-Labrador ont affiché un vif intérêt à y prendre part cette année.

La participation canadienne à Conxemar est le résultat d'une collaboration entre Pêches et Océans Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada, les ambassades du Canada en Espagne et au Portugal et, surtout, les entreprises canadiennes. Le salon Conxemar est même devenu une activité essentielle à la mise en œuvre de la politique sur les pêches du Canada.

Renseignements : Marc Lionel Gagnon, ambassade du Canada en Espagne, tél. : (011-34-91) 423-3228, téléc. : (011-34-91) 423-3252, courriel : marc.l.gagnon@international.gc.ca.

Télécommunications russes : une grande foire, un grand marché

Moscou, Russie, du 10 au 13 mai 2006 > Les exportateurs canadiens savent qu'ils tireront profit de leur participation à **Sviaz Expo Comm 2006**, la plus importante expo-conférence internationale de Russie sur les technologies de communications.

L'an dernier, l'exposition a attiré quelque 70 000 visiteurs, et les 10 entreprises canadiennes qui figuraient parmi les 870 exposants y ont obtenu d'excellents résultats. Cette année, plus de 800 exposants sont déjà inscrits, dont 30 % sont des entreprises étrangères.

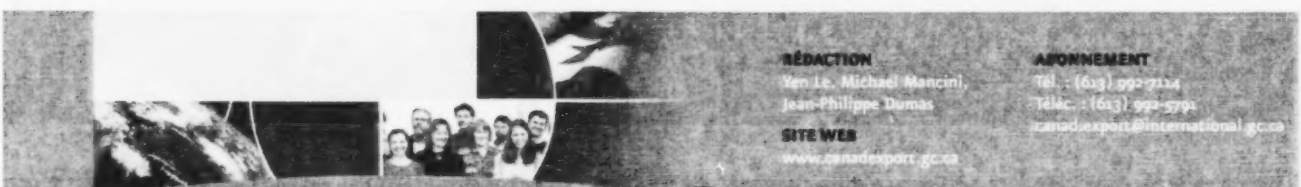
En 2004, la Russie a consacré près de 2,6 milliards de dollars en matériel de télécommunications, dont 1,8 milliard de dollars pour du matériel en provenance de l'étranger. Selon les estimations, les recettes tirées de services de télécommunications se sont élevées à 26 milliards de dollars en 2005, ce qui correspond à une hausse de 30 % par rapport à 2004. Un peu plus de la moitié de ces recettes ont été engendrées par les entreprises de téléphonie mobile.

Les technologies suivantes suscitent un réel intérêt sur le marché russe :

- **technologie de communication de voix et de données** : dix nouvelles licences de télétransmission à longue distance ont été octroyées;
- **communications des données à large bande** : les exploitants construisent des réseaux de grande capacité en vue d'offrir des services groupés;
- **communications par satellite**, notamment les communications des entreprises;
- **technologie de téléphonie sans fil**, surtout la norme GSM.

Les exportateurs canadiens souhaitant y participer à titre d'exposant peuvent se renseigner auprès de l'organisateur, E. J. Krause, à www.ejkrause.com/events/3206.html.

Renseignements : Steven Goodinson, ambassade du Canada à Moscou, courriel : steven.goodinson@international.gc.ca, ou Karel Anctil, Commerce international Canada, courriel : karel.anctil@international.gc.ca, site Web : www.expocomm.com/moscow.



CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada.
Tirage : 54 000 exemplaires

Also available in English.

ISSN 1483-3289

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de revente ou à des fins de diffusion au sein d'un organisme, d'une société ou d'une association autres que CanadExport exige une autorisation écrite du Centre de la gestion des droits d'auteur de la Couronne, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0S7.

RÉDACTION
Yen Le, Michael Mancini, Jean-Philippe Dumas

SITE WEB
www.canadexport.gc.ca

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
canadexport@international.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.

Acheminer toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à : *CanadExport* (BCS)
225, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

- suite de la page 1

également des produits agricoles. En 2004, la valeur des exportations canadiennes de produits agroalimentaires à destination de la Turquie s'établissait à 52 millions de dollars. Le blé, les lentilles, les œufs, le tabac et le poulet figuraient parmi ces exportations.

En 2004, les Turcs ont consacré plus de 55 milliards de dollars à l'achat d'aliments, soit une hausse de 13 % par rapport à l'année précédente. La valeur du marché des aliments transformés et emballés s'est fixée à plus de 21 milliards de dollars en 2005, soit une augmentation de 4,7 % par rapport à 2004. Selon Euromonitor International, les ventes d'aliments emballés réalisées en Turquie devraient se chiffrer à 27,8 milliards de dollars en 2009 (hausse de 28 % en 2004). Les aliments transformés et réfrigérés enregistreront la croissance la plus forte. Ils seront suivis des confiseries, des sucreries, des grignotines, des huiles et des graisses, de la crème glacée, des produits laitiers, des tartinades, des sauces, des aliments surgelés et des aliments pour bébé. On s'attend à ce que les ventes d'aliments transformés et réfrigérés progressent de 6,4 % par année en moyenne entre 2005 et 2009.

Les ventes de boissons alcoolisées augmentent elles aussi. En 2004, elles se sont chiffrées à 7 milliards de dollars, soit une hausse de 56 % par rapport à 2003. Le rajeunissement graduel de la population, l'urbanisation grandissante, l'accroissement du revenu disponible et l'intérêt accru pour le mode de vie occidental ont contribué à cette croissance. En fait, la valeur des ventes de vin a augmenté de 37 % entre 2003 et 2004.

La croissance de l'industrie touristique turque a elle aussi tiré à la hausse le marché agroalimentaire en Turquie. En 2004, 17 millions de touristes (principalement des Européens) se seraient rendus en Turquie, générant des recettes de plus de 14 milliards de dollars. On s'attend à ce que ce secteur représente 27 milliards de dollars par année d'ici cinq ans. La croissance soutenue du tourisme a donné lieu à une multiplication des restaurants de gastronomie exotique, notamment dans les hôtels.

Le gouvernement turc accorde une attention particulière à l'industrie de la transformation des aliments et prend des mesures pour stimuler l'investissement et le transfert de technologies dans le domaine. Le marché turc devrait donc devenir une destination attrayante pour les fournisseurs et les investisseurs étrangers.

Débouchés

Actuellement, les principaux produits agroalimentaires exportés par le Canada à destination de la Turquie sont les céréales et les oléagineux, le blé (autre que le blé dur), les lentilles, les œufs frais, le tabac, les poulets vivants et les fruits de mer. De nouveaux débouchés s'offrent aux Canadiens dans les domaines suivants : les céréales et les oléagineux, le blé (dur et autre), le soja et les produits de soja, le maïs, les légumineuses, les aliments transformés, les huiles végétales, les fruits de mer fins, les sauces, le vin, la bière, les bleuets, les confiseries, les grignotines, les aliments surgelés, les aliments pour bébé, la nourriture pour animaux de compagnie, la reproduction et l'insémination artificielle de bovins, les pommes de terre de semence et les ingrédients destinés à la transformation.

Le Conseil d'affaires Canada-Turquie organise, avec l'aide de l'ambassade du Canada en Turquie, du Saskatchewan Trade and Export Partnership, de Commerce international Canada et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, une mission agroalimentaire en Turquie du 6 au 10 novembre 2006.

Renseignements : Sohrab Oshidar, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7693, téléc. : (613) 759-7506, courriel : oshidars@agr.gc.ca, site Web : http://ats.agr.ca.

David Clendenning, Commerce international Canada, tél. : (613) 996-4484, téléc. : (613) 944-0556, courriel : david.clendenning@international.gc.ca.

Catherine Gosselin ou Can Ozguc, ambassade du Canada à Ankara, tél. : (011-90-312) 409-2773, téléc. : (011-90-312) 409-2715, courriel : catherine.gosselin@international.gc.ca.

Aida Viveiros, Manufacturiers et Exportateurs du Canada et secrétariat du Conseil d'affaires Canada-Turquie, tél. : (905) 672-3466, poste 288, téléc. : (905) 568-8155, courriel : aida.viveiros@cme-mec.ca.

Tim Marshall, Saskatchewan Trade and Export Partnership, tél. : (306) 787-2191, téléc. : (306) 787-6666, courriel : tmarshall@sasktrade.sk.ca, site Web : www.sasktrade.sk.ca.

Cuddy Farms investit en Turquie

En 2003, Cuddy Farms, établie à Strathroy (Ontario), chef de file mondial dans la production commerciale d'œufs d'incubation de dinde et de poussins d'un jour, a fait l'acquisition de couvoirs modernes (ci-dessous) près de Bandirma (Turquie) pour mieux satisfaire aux besoins de la majorité de ses clients turcs et pour desservir les marchés du dindon en émergence dans la région du Moyen-Orient. La production commerciale de Cuddy profitera de la croissance marquée de la consommation de viande de dinde qu'on prévoit pour les prochaines années.

NOUVEAU SUR LE MARCHÉ DE L'EXPORTATION?

Augmentez vos chances de succès grâce à votre Délégué commercial virtuel

Votre entreprise se prépare à exporter, mais avec tant d'information disponible vous ne savez par où commencer? Suis-je prêt à exporter? Mon plan d'exportation et ma stratégie de marketing sont-ils adéquats? Ai-je les ressources nécessaires? Comment établir de bonnes relations d'affaires sur mon marché cible? L'aide dont vous avez besoin et les réponses à vos questions sont à portée de main. En collaboration avec les bureaux régionaux du Service des délégués commerciaux du Canada, le Délégué commercial virtuel peut vous accompagner sur la voie de l'exportation.

Comment cela fonctionne-t-il?

Au moyen de votre Délégué commercial virtuel, une page Web personnalisée adaptée à vos besoins d'affaires internationales, vous pouvez accéder à notre réseau de délégués commerciaux au Canada, demander en ligne des services en matière d'exportation, être tenu au courant des occasions d'affaires, et obtenir des renseignements à jour sur votre secteur et vos marchés. En vous inscrivant au Délégué commercial virtuel, vous aurez accès à une gamme complète de services d'aide et de développement des affaires offerte par votre bureau régional, dont :

- **Conseils personnalisés à l'exportation**
  Nous vous aidons à mettre en œuvre votre stratégie d'exportation et vous recommandons des services à l'exportation spécialisés.
- **Informations stratégiques**
  Nous analysons et fournissons des renseignements stratégiques sur les marchés et des informations spécifiques afin de vous aider à orienter votre stratégie et votre plan d'exportation.
- **Conseils en matière de financement à l'exportation**
  Nous vous offrons des renseignements en matière de financement à l'exportation, y compris des renseignements sur les coûts et risques associés au développement de nouveaux marchés.
- **Foires, missions et activités commerciales**
  Nous vous recommandons des foires et des missions commerciales répondant aux besoins de votre entreprise.

N'affrontez plus seul les défis de l'exportation. Inscrivez-vous dès aujourd'hui au Délégué commercial virtuel au

www.infoexport.gc.ca

Mission du vêtement féminin aux États-Unis

Chicago, Illinois, du 31 mars au 2 avril 2006 > Votre entreprise de vêtements pour femmes souhaite-t-elle percer sur le marché américain? Aimeriez-vous obtenir l'avis d'experts de l'industrie dans le cadre d'un forum éducatif ciblé? Cherchez-vous un représentant local? Si oui, le consulat général du Canada à Chicago vous invite à participer à la mission commerciale **Women's Apparel Rep Locator**.

Cet événement se veut une voie d'accès privilégiée au marché lucratif de la région de Chicago et de ses environs. Les participants partageront un stand à la foire commerciale StyleMax, une activité d'envergure dans le domaine des vêtements pour femmes, et auront accès à des centaines de représentants de la région. Les exportateurs pourront également se renseigner sur les tendances observées dans l'industrie, les procédures douanières et les règlements, la gestion des ententes avec les représentants, ainsi que les relations avec les représentants, acheteurs et agents locaux, lors des séminaires éducatifs qui y seront organisés. Réservez le plus vite possible, les espaces étant attribués selon le principe du premier arrivé, premier servi.

Renseignements : Ann F. Rosen, consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 327-3624, téléc. : (312) 616-1878, courriel : ann.rosen@international.gc.ca, site Web : www.chicago.gc.ca.

de gestion de l'information et [illegible] développement durable. Des efforts sont déployés pour déterminer les secteurs stratégiques de la recherche de pointe qui feront l'objet d'autres partenariats scientifiques entre le Canada et l'Arizona et favoriseront la commercialisation de l'innovation.

L'Arizona est en plein essor

Depuis plusieurs années déjà, l'Arizona se classe au deuxième rang des États américains pour sa croissance, Phoenix et Tucson comptant parmi les villes américaines enregistrant l'expansion la plus rapide.

L'Arizona est en train de subir une importante transformation. Son économie, qui était auparavant fondée sur l'agriculture et le tourisme, repose maintenant sur le savoir, particulièrement dans les domaines de l'aérospatiale et de la défense, des semiconducteurs, de l'électronique, de la fabrication de pointe, des communications et de l'optique. Les activités de recherche de l'Université de l'Arizona à Tucson ont donné naissance à plusieurs grappes d'entreprises de haute technologie spécialisées dans les secteurs précités ainsi qu'en bio-industrie, en technologie environnementale, en apprentissage électronique et en nanotechnologie.

L'activité commerciale de longue date qui existe entre le Canada et l'Arizona est diversifiée. L'Arizona a toujours été une destination hivernale de choix des Canadiens; plus de 350 000 s'y rendent chaque année et rapportent plus de 320 millions de dollars à l'économie de l'État.

Le Canada est aussi le principal investisseur étranger en Arizona, où des sociétés canadiennes d'envergure telles que Bombardier Aéronautique, de Montréal, et Stantec

Le centre-ville de Tucson, en Arizona, avec l'Université de l'Arizona à l'arrière-plan

Consulting, d'Edmonton, exercent des activités d'importance considérable. Il ressort clairement que l'essor de la construction attribuable à l'afflux de gens dans l'État a grandement profité aux entreprises canadiennes de bois de sciage, qui ont vu leurs exportations vers l'Arizona doubler l'année passée par rapport à l'année précédente.

Voilà seulement quelques-unes des raisons pour lesquelles la Section commerciale du consulat du Canada à Tucson a été créée. Les entreprises et les centres de recherche du Canada, qui jouissent aussi d'une solide présence à Phoenix et ont accès à une équipe toujours disposée à prêter assistance, devraient explorer les possibilités de formation de nouveaux partenariats dans une économie qui croît à un taux annuel de 4,5 %.

Renseignements : consulat du Canada à Phoenix, tél. : (602) 508-3572, et Section commerciale du consulat du Canada à Tucson, tél. : (520) 622-3641, site Web : www.phoenix.gc.ca.

IMS perce au Maroc grâce à une stratégie habile

Les voies de l'exportation paraissent parfois impraticables, mais il suffit d'un peu de persévérance pour se jouer des embûches. C'est ainsi que le groupe canadien IMS Experts-Conseils a réussi à prendre pied sur le marché marocain.

Fondé en 1991, le groupe IMS est l'une des plus importantes sociétés de génie-conseil du Québec. Il offre des services d'ingénierie personnalisés et pointus dans de nombreux secteurs, notamment l'énergie, le génie municipal, le bâtiment, les installations industrielles et les technologies environnementales. Par l'intermédiaire de sa nouvelle filiale chargée d'intensifier ses activités à l'étranger, il est parvenu à établir une présence dans plusieurs pays, et tout récemment au Maroc.

Une approche prudente

Tout a commencé il y a quatre ans par une mission commerciale dans le secteur de l'environnement au Maroc. Publicisée par le Service des délégués commerciaux du Canada, cette mission a permis aux représentants d'IMS de sonder le marché marocain et d'établir des contacts. Attirés par la perspective de débouchés lucratifs, IMS a par la suite multiplié les missions vers le Maroc et décroché un gros contrat de réfection des voies ferrées et de modernisation d'une station d'épuration des eaux.

Une implantation payante

Ce contrat n'était qu'un premier pas qui mènerait IMS à d'autres gros contrats au Maroc et l'inciterait quatre ans plus tard à ouvrir un bureau permanent à Rabat, la capitale, pour réaliser un chiffre d'affaires potentiel de 2 millions de dollars par année. En outre, IMS vient tout juste de conclure une entente de coentreprise avec une société d'ingénierie marocaine.

Maintenant bien implanté sur ce marché, IMS pourra tirer parti des réformes en cours au Maroc. En effet, le gouvernement marocain s'emploie à favoriser les échanges commerciaux avec l'étranger en s'alignant sur les normes internationales et en simplifiant ses pratiques commerciales. À cet égard, notons qu'il a conclu un accord de libre-échange avec les États-Unis ainsi qu'un accord d'association avec l'Union européenne.

En matière d'exportation de ses services, IMS, on l'a vu, a su adopter une approche habile et assurée qui favorise un positionnement progressif sur le marché ciblé, l'établissement d'une présence locale et la formation d'alliances stratégiques.

Renseignements : www.infoexport.gc.ca/ma ou www.ims-experts.com.

La mission du CCCA en Afrique du Nord, c'est pour bientôt!

Algérie, Maroc et Libye, du 18 au 30 avril 2006 > Le Conseil de commerce canado-arabe (CCCA) organise une mission d'affaires en Algérie, au Maroc et en Libye afin de permettre aux entreprises canadiennes déjà actives dans la région d'établir de nouveaux contacts ou de renforcer les relations établies, ainsi que de fournir à de nouvelles entreprises l'occasion de se faire connaître sur ces marchés en plein essor.

Le CCCA a un vaste réseau de contacts dans chacun de ces pays, et les participants auront ainsi accès aux plus hauts échelons du gouvernement ainsi qu'à des clients du secteur privé. Des débouchés s'offrent aux entreprises canadiennes dans des secteurs variés, notamment l'énergie, l'exploitation minière, le génie et la gestion de projets, l'éducation et la formation, les communications, les technologies de l'information et l'industrie agricole.

Renseignements : CCCA, tél. : (416) 362-0050 ou (416) 362-0040, courriel : info@canada-arabbusiness.org. La date limite d'inscription a été fixée au 19 mars 2006.

Foire multisectorielle : la Libye prête à faire des affaires

Tripoli, Libye, du 2 au 12 avril 2006 > Soyez du pavillon du Canada à l'occasion de la **Tripoli International Fair**, grande activité multisectorielle plus courue que jamais en raison de la réintégration du pays à l'économie mondiale.

La foire de 2005 a fait salle comble. Chaque jour, plus de 20 000 personnes s'y sont rendues.

Au pavillon du Canada, les exportateurs canadiens peuvent présenter leurs produits et services au marché libyen, qui est en plein essor et dont la richesse est croissante. Pour les entreprises et les organismes ayant déjà établi une présence en Libye, il s'agit d'une occasion de la renforcer et de prendre de l'expansion. Pour ceux qui souhaitent s'y établir, cette foire commerciale est l'activité toute désignée cette année.

Renseignements : Hesham Ganem, ambassade du Canada en Libye, courriel : hesham.ganem@international.gc.ca, site Web : www.tripolifair.org/English/main.htm.

Le pavillon du Canada, un succès à l'expo française sur la sécurité

La 14e édition de **Milipol**, le salon international de la sécurité intérieure des États, s'est tenue à Paris en novembre 2005, et un pavillon du Canada a fait la promotion des réalisations canadiennes dans ce secteur. Salon de référence, Milipol 2005 a accueilli une quarantaine de délégations officielles étrangères et plus de 20 000 visiteurs professionnels, dont 6 000 de l'étranger.

Le pavillon, coordonné par l'ambassade du Canada à Paris, a mis en vedette six sociétés canadiennes qui présentaient les dernières technologies dans les domaines de la sécurité civile et du maintien de l'ordre : munitions d'entraînement, équipement de protection individuelle et matériel nucléaire, biologique et chimique, systèmes de surveillance et de détection de haute sécurité. Par le biais d'activités de réseautage, les entreprises canadiennes ont pu rencontrer des décideurs français du secteur de la sécurité intérieure et faire des affaires avec eux.

Un lecteur d'empreintes digitales sur un clavier biométrique

Les technologies les plus avancées sont désormais au cœur de la sécurité des États. Il s'agit d'un marché dont la croissance permet à de nombreuses entreprises de se positionner dans les secteurs innovants comme l'aérosurveillance, les systèmes d'écoute et les appareils d'authentification biométrique. À cet égard, près de 750 exposants, dont 55 % de sociétés étrangères d'une trentaine de pays, ont présenté de l'équipement spécialisé en prévention des attentats, biométrie, déminage, sécurité aéroportuaire et protection de sites sensibles.

Le prochain salon Milipol aura lieu à Paris du 27 au 30 novembre 2007.

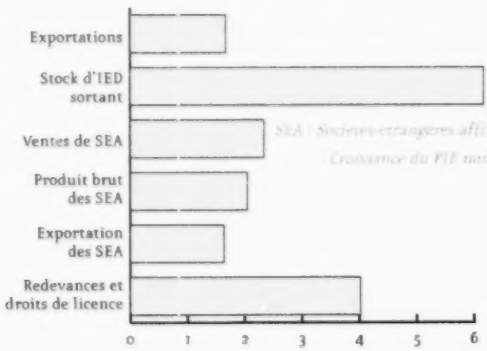
Renseignements : Guy Ladequis, ambassade du Canada à Paris, courriel : france-td@international.gc.ca, site Web : www.milipol.com.

Les chaînes de valeur mondiales

Le terme « chaîne de valeur mondiale » fait référence à l'étalement de la production dans le monde. En raison de la diminution des coûts de transport, de la réduction des barrières au commerce et à l'investissement et des progrès réalisés au chapitre des technologies de l'information et des communications, il est maintenant plus facile et plus efficace pour les entreprises de réaliser leurs activités à divers endroits dans le monde, par exemple : Amérique du Nord ou Europe pour la conception, Chine pour la fabrication et Inde pour les services après-vente. Les chaînes de valeur mondiales gagnent en importance : le PIB mondial s'est accru de 246 % entre 1982 et 2004, mais les exportations se sont accrues de 413 %; en 2004, le produit brut des sociétés étrangères affiliées représentait 9,8 % du PIB mondial, comparativement à 5,5 % en 1982. L'importance des chaînes de valeur mondiales augmentera à mesure que ces tendances se poursuivront et s'accéléreront.

Renseignements fournis par la Direction de l'analyse commerciale et économique (www.international.gc.ca/eet).

Croissance des chaînes de valeur mondiales



SEA : Sociétés étrangères affiliées
Croissance du PIB nominal

Données : WIR 2005 de la CNUCED et DOTS du FMI

Rockhampton, Australie
Du 1er au 7 mai 2006
Si le bœuf vous intéresse, attelez-vous pour **Beef Australia 2006**, foire bovine nationale de première importance qui comprend un séminaire, une conférence et même un concours national de carcasses.
Renseignements : Ilsa Stuart-Muirk, haut-commissariat du Canada en Australie, tél. : (011-61-2) 6270-4000, téléc. : (011-61-2) 6270-4069, courriel : ilsa.stuart-muirk@international.gc.ca, site Web : www.beefaustralia.com.au.

Rosario, Argentine
Du 27 au 30 juin 2006
Le **Congrès du soja du Mercosur** ouvre la voie à la présentation de communications scientifiques à l'intention des spécialistes de tous les segments de l'industrie du soja dans les pays du Mercosur (bloc commercial créé en 1991 et comprenant le Brésil, l'Argentine, l'Uruguay et le Paraguay) et partout au monde.
Renseignements : Glen McPherson, ambassade du Canada en Argentine, tél. : (011-54-11) 4808-1000, téléc. : (011-54-11) 4808-1111, courriel : glen.mcpherson@international.gc.ca, site Web : www.buenosaires.gc.ca.

Jönköping, Suède
Du 30 mai au 1er juin 2006
Joignez-vous au pavillon du Canada dans le cadre du salon **World Bioenergy** et de la conférence connexe. Cette année, le salon se déroulera en même temps que la conférence sur les granulés de bois, une foire sur les combustibles de biomasse densifiés et une foire commerciale sur les déchets et le recyclage.
Renseignements : Inga-Lill Olsson ou Maria Stenberg, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3000, téléc. : (011-46-8) 453-3016, courriel : stkhm-commerce@international.gc.ca.

Chihuahua, Mexique
Du 26 au 28 avril 2006
C'est de nouveau la ruée vers les montagnes de Chihuahua pour l'**International Mining Conference** de 2006, un des plus importants salons du secteur minier mexicain.
Renseignements : Karra-Lee Gerrits, ambassade du Canada à Mexico, tél. : (011-52-55) 5724-7900, téléc. : (011-52-55) 5724-7982, courriel : karra-lee.gerrits@international.gc.ca, site Web : www.conferenciamineria.com.

Santiago, Chili
Du 23 au 27 mai 2006
Expomin est la plus grande exposition minière en Amérique latine. On y trouve tout ce qu'il y a de plus récent en matériel, équipement, technologie, produits et services de provenance mondiale.
Renseignements : Carlos Parada, gestionnaire, Expomin, courriel : jconejeros@fisa.cl, site Web : www.expomin.cl.

Tripoli, Libye
Du 8 au 11 mai 2006
Ne manquez pas **Libya Build 2006**, 3e foire internationale du bâtiment et de la construction. Les débouchés sont variés dans ce secteur : construction de maisons unifamiliales, d'immeubles à logements multiples et d'hôtels, rénovation d'hôtels, d'hôpitaux, d'écoles et de l'infrastructure.
Renseignements : Bechara Nacouzi, Foires commerciales internationales, tél. : (514) 626-1111, téléc. : (514) 626-5476, courriel : bnacouzi@bellnet.ca.

Ho Chi Minh-Ville, Vietnam
Du 11 au 15 octobre 2006
Le **salon médical et pharmaceutique de Ho Chi Minh-Ville 2006** regroupera des exposants internationaux qui présenteront des produits médicaux, dentaires et pharmaceutiques, des aliments santé, des appareils d'exercice et des produits de soin de santé, très convoités au Vietnam.
Renseignements : consulat général du Canada à Ho Chi Minh-Ville, tél. : (011-84-8) 827-9899, courriel : hochi-td@international.gc.ca, site Web : www.vfabric.com/sgmedical.

Nicosie, Chypre
Du 26 mai au 4 juin 2006
Participez à la 31e **Cyprus International Fair** et rencontrez 130 000 visiteurs. Les fabricants chypriotes et plus de 350 exposants de 30 pays présenteront des produits de consommation, des matériaux de construction, des meubles, des produits en plastique, de l'équipement industriel et du matériel de télécommunications.
Renseignements : Marina Patera, agente responsable des foires commerciales à Chypre, tél. : (011-357-22) 352-918, téléc. : (011-357-22) 352-316, courriel : m.patera@csfa.org.cy, site Web : www.csfa.org.cy.

Athènes, Grèce
Du 5 au 9 juin 2006
La **Posidonia International Shipping Exhibition**, un des principaux salons mondiaux des technologies océaniques, présentera les plus récentes percées technologiques ayant une incidence sur tous les secteurs du transport maritime international et coïncidera avec la tenue du forum en matière de politique maritime du 7 juin.
Renseignements : Marianna Saropoulos, ambassade du Canada à Athènes, tél. : (011-30) 210-727-3352/53, téléc. : (011-30) 210-727-3460, courriel : marianna.saropoulos@international.gc.ca, site Web : www.posidonia-events.com.

Le Service de renseignements de Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : 1 800 267-8376 (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : enqserv@international.gc.ca, site Web : www.international.gc.ca

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication nº 40064047